

# Programme de formation

## Améliorer son impact numérique

### Les objectifs de la formation

1. Produire des contenus à forte valeur ajoutée et qui créent de l'engagement.
2. Élaborer des campagnes sociales à fort impact.

### Les contenus de la formation

#### Définir ses objectifs

- Être au clair : quels objectifs et quels résultats concrets attendus ?  
Comprendre la logique conversationnelle
- Quel réseau, pour quel message et pour quelle cible ?
- Règles de publication sur Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, Whatsapp et LinkedIn
- Pourquoi écrire une charte des réseaux sociaux pour son média ou son entreprise

#### Comment écrire du contenu qui se partage ?

- Les erreurs à éviter
- Trucs et astuces pour doper sa créativité
- Brand content : comment créer de l'engagement autour de sa marque
- Vidéos, sons...les formats qui fonctionnent le mieux
- La photo, l'arme fatale des réseaux sociaux !
- Les heures de publication les plus favorables

#### Écrire au quotidien

- Optimiser son temps de création de contenus
- Planifier ses posts
- Choisir et mettre en place une synergie de publication entre les différents réseaux sociaux mais aussi mon site ou mon blog
- Connaître les pics de connexion dans la journée pour optimiser sa diffusion
- Comment mesurer et améliorer son taux d'engagement
- Comment répondre aux commentaires

#### Gagner en impact dans son écriture

- Adapter son message et son style à chaque réseau

- Trouver le ton juste, entre proximité et respect
- Apporter des informations pertinentes, utiles
- Eviter le jargon et les réponses préfabriquées
- S'organiser pour gérer la communication de crise
- Sujets sensibles : mettre en place des étapes de validation
- Quand diffuser, mécanique virale propre à ses objectifs et à sa cible
- Les outils à connaître pour suivre l'impact de ses actions (hootsuite, scoop-it...)
- Comment mesurer et améliorer son taux d'engagement

## Le + de la formation

- Apports théoriques et études de cas.
- Supports distribués en fin de formation.

## Évaluation

- Evaluation formative : tout au long de la formation par des exercices fréquents
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation
- Evaluation à froid : à 3 mois.

## Le public concerné

- Responsables marketing digital, marketing, communication, social media managers, community managers, webmarketeurs
- Programme accessible aux personnes handicapées : nous **consulter**

### **PRE-REQUIS :**

Aucun

## Le lieu

- Chez le client

## La durée et les horaires

- 2 jours, 14 heures, 9h / 12h30 – 14h / 17h30

## Le formateur

Éric Bouchet, consultant formateur « GM ! Conseil Formation »

